

**PENGARUH *E-COMMERCE* DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP
PENINGKATAN PENDAPATAN DIMODERASI OLEH BIAYA PRODUKSI
PADA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM)**

SKRIPSI



oleh:

Dimas Arya Kusuma
20013010120/FEB/EA

Kepada

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2024**

**PENGARUH *E-COMMERCE* DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP
PENINGKATAN PENDAPATAN DIMODERASI OLEH BIAYA
PRODUKSI PADA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi**



oleh:

Dimas Arya Kusuma
20013010120/FEB/EA

Kepada

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR
2024**

SKRIPSI

**PENGARUH E-COMMERCE DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP
PENINGKATAN PENDAPATAN DIMODERASI OLEH BIAYA
PRODUKSI PADA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM)**

Disusun Oleh

Dimas Arya Kusuma
20013010120/FEB/EA

Telah dipertahankan dihadapan
dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal 19 Juni 2024

Pembimbing:
Pembimbing Utama



Drs. Ec. Munari, MM., CAPM., CIBA
NIP. 196104021988031001

Tim Penguji:
Ketua Penguji



Prof. Dr. Dra. Ec. Sri Trishaningsih, M.Si., CFA
NIP. 196509291992032001

Anggota,



Dra. Erry Andhaniwati, M.Aks., Ak. CA
NIP. 195912231992032001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur



Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si. CRP
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : Dimas Arya Kusuma
NPM : 20013010120
NIK : 3578220612010001
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya, 06-12-2001
Alamat (Sesuai KTP) : KETINTANG BARU 11/08
Judul Artikel : THE INFLUENCE OF E-COMMERCE AND SOCIAL MEDIA ON REVENUE GROWTH MODERATED BY PRODUCTION COSTS IN MICRO, SMALL, AND MEDIUM ENTERPRISES (MSMES)

Saya menyatakan bahwa artikel tersebut artikel asli hasil pemikiran sendiri, Serta bukan saduran/terjemahan.

Demikian pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar dan tanpa ada unsur paksaan dari siapapun. Jika di kemudian hari ditemukan ketidakbenaran informasi saya bersedia dibatalkannya gelar akademi yang telah saya raih.

Surabaya, 5 Juli 2024

Yang Menyatakan



Dimas Arya Kusuma

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan karunia-Nya berupa ilmu pengetahuan, kesehatan dan petunjuk, sehingga skripsi dengan judul “Pengaruh *E-Commerce* dan Media Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan Dimoderasi Oleh Biaya Produksi Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)” dapat diselesaikan. Shalawat serta salam disampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, para sahabat, dan pengikut-pengikutnya yang setia. Skripsi ini ditulis sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada program Strata Satu (S1) Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Penyelesaian skripsi ini tidak akan terlaksana tanpa adanya bantuan, kerja sama, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Kedua Orang tua serta kakak saya yang telah memberikan doa, dorongan dan semangat selama penyusunan skripsi ini.
2. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT.,IPU selaku rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Dr. Dra. Ec. Endah Susilowati, M.Si, CFrA, CBV, CMA selaku Ka. jurusan akuntansi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Dr. Tantina Haryati, S.E., M.Aks. selaku Koordinator Program Studi jurusan akuntansi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

5. Drs. Ec. Munari, MM, CAPM, CIBA, CIIQA selaku pembimbing yang memberikan bimbingan kepada penulis dan terima kasih atas bantuan yang telah diberikan selama menjalani masa studi.
6. Bapak dan Ibu Dosen serta Karyawan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmu yang tak ternilai harganya dan tenaga selama proses pembelajaran yang dapat menambah wawasan bagi penulis.
7. Pegawai kantor kecamatan Gayungan kota Surabaya yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan tugas skripsi.
8. Serta Seluruh Pihak yang telah memberikan dukungan doa, dukungan, dan bantuan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari bahwa hasil penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan hal tersebut dikarenakan adanya keterbatasan waktu, dana, dan kemampuan yang peneliti miliki. Untuk itu para pembaca kiranya dapat memberikan masukan dan saran-saran guna melengkapi hasil penelitian ini. Peneliti berharap hasil penelitian ini akan menjadi sumbangan yang berarti dalam mengembangkan ilmu pengetahuan.

Surabaya, 5 Juli 2024

Penulis
Dimas Arya Kusuma
NPM. 20013010120

DAFTAR ISI

COVER	i
JUDUL	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS KARYA	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
Abstrak.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.2 Landasan Teori	13
2.2.1 Agency Theory	13
2.2.2 Konsep Pendapatan.....	14
2.2.3 E-commerce	16
2.2.4 Media Sosial	20
2.2.5 Biaya Produksi.....	22
2.3 Kerangka Pemikiran	25
2.4 Hipotesis	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Objek Penelitian	29
3.1.1 Subjek Penelitian	29
3.1.2 Objek Penelitian.....	29
3.2 Operasionalisasi dan Pengukuran Variabel	29
3.3 Teknik Penentuan Sampel	31
3.3.1 Populasi.....	31
3.3.2 Sampel	31
3.4 Teknik Pengumpulan data	31

3.4.1	Metode Kuisisioner	31
3.4.2	Dokumentasi	32
3.5	Teknik Analisi dan Uji Hipotesis.....	33
3.5.1	Uji Validitas	34
3.5.2	Uji Reliabilitas	34
3.5.3	Uji Normalitas.....	35
3.5.4	Uji Asumsi Klasik.....	35
3.5.5	Uji Hipotesis	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		40
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	40
4.1.1	Objek Penelitian.....	40
4.1.2	Deskripsi Variabel Penelitian.....	44
4.2	Hasil Penelitian.....	50
4.2.1	Uji Validitas	50
4.2.2	Uji Reliabilitas	53
4.2.3	Uji Normalitas.....	54
4.2.4	Asumsi Klasik.....	55
4.2.5	Uji Hipotesis	57
4.3	Pembahasan.....	63
4.3.1	Pengaruh e-commerce terhadap peningkatan pendapatan	64
4.3.2	Pengaruh media sosial terhadap peningkatan pendapatan.....	64
4.3.3	Pengaruh e-commerce terhadap peningkatan pendapatan dimoderasi oleh beban produksi.....	65
4.3.4	Pengaruh media sosial terhadap peningkatan pendapatan dimoderasi oleh beban produksi.....	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		67
5.1	Kesimpulan.....	67
5.2	Saran.....	67
Daftar Pustaka.....		69
Lampiran.....		74

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 : Definisi Operasional Variabel	28
Tabel 4.1 : Penyebaran kuesioner	38
Tabel 4.2 : Deskripsi Responden berdasarkan jenis kelamin	39
Tabel 4.3 : Deskripsi Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan	39
Tabel 4.4 : Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Usaha	40
Tabel 4.5 : Deskripsi Responden berdasarkan Umur Usaha	40
Tabel 4.6 : Deskripsi Responden berdasarkan Lokasi Usaha	41
Tabel 4.7 : Deskripsi Responden terhadap variabel E-Commerce	42
Tabel 4.8 : Deskripsi Responden terhadap variabel Media Sosial	43
Tabel 4.9 : Deskripsi Responden terhadap variabel Beban Produksi	45
Tabel 4.10 : Deskripsi Responden terhadap variabel Pendapatan	46
Tabel 4.11 : Hasil Validitas Variabel E-Commerce	48
Tabel 4.12 : Hasil Validitas Variabel Media Sosial	48
Tabel 4.13 : Hasil Validitas Variabel Beban Produksi	49
Tabel 4.14 : Hasil Validitas Variabel Peningkatan Pendapatan	49
Tabel 4.15 : Uji Reliabilitas	51
Tabel 4.16 : Uji Normalitas	51
Tabel 4.17 : Uji Autokorelasi	52
Tabel 4.18 : Uji Multikolonieritas	53
Tabel 4.19 : Uji Heteroskedastisitas	54
Tabel 4.20 : Hasil Moderated Regression Analysis (MRA)	55
Tabel 4.21 : Hasil Uji F	57
Tabel 4.22 : Hasil Uji Statistik T	58
Tabel 4.23 : Hasil Uji Koefisien Determinasi	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Identitas Sampel	72
Lampiran 2 Jawaban Variabel E-Commerce	73
Lampiran 3 Jawaban Variabel Media Sosial	74
Lampiran 4 Jawaban Variabel Beban Produksi	75
Lampiran 5 Jawaban Variabel Pendapatan	76
Lampiran 6 Validitas E-Commerce Menggunakan SPSS 25	77
Lampiran 7 Validitas Media sosial menggunakan SPSS 25	77
Lampiran 8 Validitas Beban Produksi menggunakan SPSS 25	78
Lampiran 9 Validitas Pendapatan menggunakan SPSS 25	78
Lampiran 10 Uji Reliabilitas Menggunakan SPSS 25	79
Lampiran 11 Uji Normalitas Menggunakan SPSS 25	79
Lampiran 12 Uji Autokorelasi Menggunakan SPSS 25	79
Lampiran 13 Uji Multikolonieritas Menggunakan SPSS 25	80
Lampiran 14 Uji Heteroskedastisitas Menggunakan SPSS 25	80
Lampiran 15 Moderated Regression Analysis (MRA) menggunakan SPSS	80
Lampiran 16 Uji Statistik F Menggunakan SPSS 25	81
Lampiran 17 Uji Statistik T Menggunakan SPSS	81
Lampiran 18 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	82

**PENGARUH *E-COMMERCE* DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP
PENINGKATAN PENDAPATAN DIMODERASI OLEH BIAYA PRODUKSI
PADA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM)**

Dimas Arya Kusuma

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak dari media sosial dan e-commerce terhadap pendapatan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), dengan moderasi biaya produksi. Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif. Subjek penelitian ini terdiri dari pemilik usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kecamatan Gayungan. Penelitian ini menggunakan Moderated Regression Analysis sebagai teknik analisis data. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan e-commerce dan media sosial tidak memiliki dampak yang nyata dalam meningkatkan pendapatan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Selain itu, dampak E-Commerce dan Media Sosial dalam meningkatkan pendapatan UMKM tidak dapat dimitigasi oleh biaya produksi. Hal ini menunjukkan perlunya mendapatkan informasi dan edukasi mengenai pemanfaatan teknologi dalam mengelola bisnis untuk mencapai keuntungan yang lebih tinggi dari sebelumnya.

Kata Kunci: Biaya Produksi, E-commerce, Media Sosial, Pendapatan.